

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN  
REPUTASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *ONLINE SHOP*  
DALAM PEMBELIAN PRODUK DI TOKO XYZ**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh :  
Jihad kamilullah  
NIM : 135150401111118



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
JURUSAN SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2017

## PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN REPUTASI TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN *ONLINE SHOP* DALAM PEMBELIAN PRODUK  
DI TOKO XYZ


SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :  
Jihad Kamilullah  
NIM: 135150401111118

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada  
07 Agustus 2017  
Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

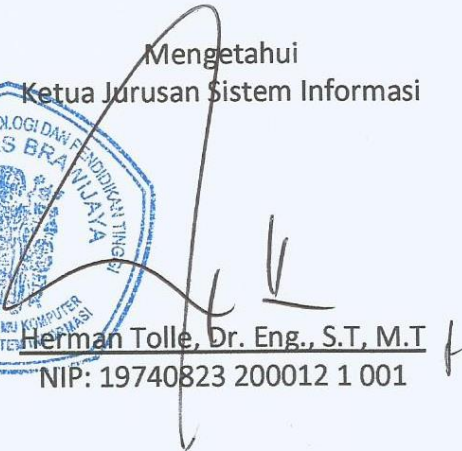
  
Ari Kusyanti, S.T, M.Sc  
NIK: 201107 831228 2 001

Dosen Pembimbing II

  
Himawat Aryadita, S.T, M.Sc  
NIP. 198010182008011003

Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



  
Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T  
NIP: 19740823 200012 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 09 Agustus 2017



Jihad Kamilullah

NIM: 135150401111118

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas anugerah serta limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen *Online Shop* Dalam Pembelian Produk Di Toko XYZ” ini. Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Informatika/ Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, baik bantuan moral maupun materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ari Kusyanti, S.T, M.Sc, selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Himawat Aryadita, S.T, M.Sc, selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Fajar Pradana, S.ST, M.Eng, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi dukungan moril maupun masukan selama masa perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
5. Kedua Orang Tua yang telah mendukung penulis dengan segala usahanya, mulai dari doa, materi, dukungan moral, semangat hidup, dan tauladan yang semata-mata untuk keberhasilan penulis.
6. Teman-teman Program Studi Sistem Informasi yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
7. Teman-teman Kelompok Riset Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, Penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki diri. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat.

Malang, 09 Agustus 2017

Penulis

jihadkamilullah@gmail.com

## **ABSTRAK**

Toko XYZ merupakan salah satu mall online yang mengusung model bisnis maket place, dengan adanya Toko XYZ maka setiap individu, toko kecil dan brand dapat bersaing dan mempunyai toko online secara mudah dan gratis. Perkembangan Toko XYZ sangat bergantung pada tingkat pertumbuhan pelanggan yang membeli produk di toko tersebut, semakin banyak pelanggan yang loyal pada Toko XYZ maka akan semakin pesat pertumbuhannya. Namun loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, data dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tahun 2016 menunjukkan bahwa pengaduan pelanggan e-commerce di Indonesia meliputi barang tidak dikirim, pembatalan sepihak, proses pengembalian uang, misleading information, dan penyelesaian sengketa, dengan adanya permasalahan tersebut menyebabkan loyalitas pelanggan semakin menurun. Sehingga penelitian ini akan membahas tentang pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian barang di Toko XYZ. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya sebagai landasan kerangka konseptual yang kemudian menghipotesiskan hubungan antara keempat variabel tersebut. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 data yang diambil dari pengguna Toko XYZ. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Toko XYZ sangat dipengaruhi oleh tingkat reputasi Toko XYZ dan tingkat kepuasan pelanggan saat membeli produk di Toko XYZ, kemudian reputasi merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci: Loyalitas, Kepercayaan, Reputasi, Kepuasan, Toko Online.**

## ABSTRACT

*Toko XYZ is one of the online mall that carries the business model market place, with Toko XYZ, every individual, small shop and brand, can compete and have an online store easily and for free. The development of Toko XYZ is very dependent on the growth rate of customers who buy products in the store, the more customers who are loyal to Toko XYZ will be more rapid growth. However, customer loyalty by certain factors, data from Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) in 2016 shows complaints of e-commerce customers in Indonesia such as unposted items, unilateral cancellations, refund process, misleading information, and dispute resolution, with the existence of such problems leads to decreased customer loyalty. So this research will discuss about the influence of customer satisfaction, customer trust, and reputation of the company to customer loyalty at item purchasing in Toko XYZ. This study refers to previous research as the foundation of a conceptual framework which then hypothesized the relationship between the four construct. The sample in this research amounted to 150 data taken from users Toko XYZ. From the results of this research shows that Toko XYZ customer loyalty is strongly influenced by Toko XYZ reputation level and customer satisfaction level when purchasing products in Toko XYZ, then reputation is a major factor in increasing customer satisfaction, trust and loyalty.*

**Keywords: Loyalty, Trust, Reputation, Satisfaction, Online Shop.**

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR gambar .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	2
1.3 Tujuan .....	2
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Batasan masalah .....	3
1.6 Sistematika pembahasan .....	3
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN .....	5
2.1 Kajian Pustaka .....	5
2.1.1 Reputasi (Reputation) .....	6
2.1.2 Kepercayaan Pelanggan (Customer Trust).....	7
2.1.3 Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) .....	7
2.1.4 Kualitas Antarmuka (User Interface Quality) .....	7
2.1.5 Kualitas Informasi (Information Quality) .....	8
2.1.6 Persepsi Keamanan (Perceived Security).....	8
2.1.7 Persepsi Privasi (Perceived Privacy) .....	8
2.1.8 Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty) .....	8
2.2 TokoPedia .....	9
2.2.1 Penggunaan Kebijakan Privasi Tokopedia.....	10
2.3 Skala Pengukuran.....	12

2.4 Populasi.....	14
2.5 Sampel .....	14
2.6 Teknik Pengambilan Sampel .....	14
2.7 Skala Pengukuran.....	16
2.8 Jenis Data .....	17
2.9 Missing data .....	17
2.10 Pilot Study .....	19
2.10.1 Reliabilitas .....	19
2.10.2 Validitas .....	19
2.11 Uji Outlier .....	20
2.12 Uji Asumsi Dasar .....	20
2.13 Uji Asumsi Klasik .....	21
2.13.1 Uji Multikolinearitas.....	21
2.13.2 Uji Autokorelasi.....	21
2.13.3 Uji Heteroskedastisitas .....	22
2.14 Regresi Linear.....	22
2.14.1 Uji $R^2$ (R Square) .....	23
2.14.2 Uji F.....	24
2.14.3 Uji T .....	24
BAB 3 METODOLOGI .....	25
3.2 Model Penelitian.....	27
3.3 Variabel penelitian .....	28
3.4 Rumusan Hipotesis .....	30
3.5 Skala Pengukuran.....	31
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.6.1 Populasi .....	32
3.6.2 Sampel.....	32
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7.1 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.7.2 Sumber Data.....	33
3.8 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33



3.8.1 Regresi Linear Berganda.....	33
BAB 4 analisis data .....	35
4.1 Pengumpulan data.....	36
4.1.1 Data Variabel Penelitian.....	37
4.2 Pilot study .....	37
4.2.1 Uji Reliabilitas.....	37
4.2.2 Uji Validitas.....	39
4.3 Missing Data.....	41
4.4 Uji Outlier.....	41
4.5 Uji Asumsi Dasar .....	41
4.5.1 Uji Homogenitas.....	41
4.5.2 Uji Normalitas.....	43
4.6 Uji Prasarat Regresi.....	44
4.6.1 Uji Multikolinearitas.....	44
4.6.2 Uji Autokorelasi .....	46
4.6.3 Uji Heterokedastisitas .....	48
4.7 Uji Regresi Linear Pertama.....	49
4.7.1 Uji F Regresi Linear Pertama .....	49
4.7.2 Uji T Regresi Linear Pertama .....	50
4.7.3 Uji $R^2$ (R Square) Regresi Linear Pertama .....	51
4.8 Uji Regresi Linear Kedua .....	53
4.8.1 Uji F Regresi Linear Kedua.....	53
4.8.2 Uji T Regresi Linear Kedua.....	53
4.8.3 Uji $R^2$ (R Square) Regrsi Linear Kedua.....	55
4.9 Uji Regresi Linear Ketiga .....	56
4.9.1 Uji F Regresi Linear Pertama .....	56
4.9.2 Uji T Regresi Linear Ketiga.....	57
4.9.3 Uji $R^2$ (R Square) Regresi Linear Ketiga.....	58
BAB 5 PEMBAHASAN.....	59
5.1 Hasil Penelitian .....	59
5.2 Pembahasan Hipotesis.....	61
BAB 6 PENUTUP .....	68

6.1 Kesimpulan.....	68
6.2 Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN A kuesioner .....	1
LAMPIRAN B Uji Validitas .....	1
B.1 User Interface Quality.....	1
B.2 Information Quality .....	1
B.3 Percieved Security .....	2
B.4 Percieved Privaci.....	2
B.5 Reputation .....	3
B.6 E-customer Satisfaction .....	3
B.7 E-customer Trust .....	4
B.8 E-customer Loyalty .....	4
LAMPIRAN C reliabelitas .....	5
C.1 User Intervace Quality .....	5
C.2 Information Quality .....	5
C.3 Percieved Security .....	6
C.4 Percieved Privacy.....	6
C.5 Reputation .....	7
C.6 E-customer Satisfaction .....	7
C.7 E-customer Trust.....	8
C.8 E-customer Loyalty .....	8
LAMPIRAN D Analisis Regresi linear.....	9
D.1 Regresi Linear Pertama .....	9
D.2 Regresi Linear Kedua .....	9
D.3 Regresi Linear Ketiga .....	9

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian Roshana Gul (2014) .....	5
Gambar 2.2 Model Penelitian Mustafa I (2011) .....	6
Gambar 2.3 Halaman Tokopedia berbasis website .....	10
Gambar 2. 4 Halaman Tokopedia berbasis mobile apps .....	10
Gambar 3.1 Rencana Pelaksanaan Penelitian.....	25
Gambar 3. 2 Model penelitian .....	27
Gambar 4.1 Model Penelitian .....	35
Gambar 4.2 Regresi Linear Pertama .....	35
Gambar 4. 3 Regresi Kedua .....	36
Gambar 4.4 Regresi Ketiga .....	36
Gambar 4.5 Hasil Uji Mahalanobis distance .....	41
Gambar 5.1 Model Penelitian .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel penelitian .....	28
Tabel 3.2 Rentang skala .....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Jawaban Responden .....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's alpha Awal.....	37
Tabel 4.3 Output Cronbach's Alpha If Item Deleted UIQ.....	38
Tabel 4.4 Output Cronbach's Alpha If Item Deleted ET Pertama .....	38
Tabel 4.5 Output Cronbach's Alpha If Item Deleted ET Kedua .....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's alpha Setelah Item Dihapus .....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	39
Tabel 4.8 Output Uji Homogenitas Regresi Linear Pertama .....	41
Tabel 4.9 Output Uji Homogenitas Regresi Linear Kedua.....	42
Tabel 4.10 Output Uji Homogenitas Regresi Linear Ketiga .....	43
Tabel 4.11 Output Uji Normalitas Regresi Linear Pertama.....	43
Tabel 4.12 Uji Normalitas Regresi Linear Kedua .....	44
Tabel 4.13 Output Uji Normalitas Regresi Linear Ketiga .....	44
Tabel 4.14 Output Uji Multikolinearitas Regresi Linear Pertama .....	44
Tabel 4.15 Output Uji Multikolinearitas Regesi Linear Kedua .....	45
Tabel 4.16 Output Uji Multikolinearitas Regresi Linear Ketiga.....	46
Tabel 4.17 Output Uji Autokorelasi Regresi Linear Pertama .....	46
Tabel 4.18 Output Uji Autokorelasi Regresi Linear Kedua.....	47
Tabel 4.19 Output Uji Autokorelasi Regresi Linear Ketiga.....	47
Tabel 4.20 Output Uji Heterokedastisitas Regresi Linear Pertama .....	48
Tabel 4.21 Output Uji Heterokedastisitas Regresi Linear Kedua .....	48
Tabel 4.22 Output Uji Heterokedastisitas Regresi Linear Ketiga .....	49
Tabel 4.23 Output Uji F Regrsi Linear Pertama.....	50
Tabel 4.24 Output Uji T Regresi Linear Pertama.....	50
Tabel 4.25 Output Uji R <sup>2</sup> Regresi Linear Pertama .....	51
Tabel 4.26 Output Uji F Regresi Linear Kedua .....	53
Tabel 4.27 Output Uji T Regresi Linear Kedua .....	54
Tabel 4.28 Output Uji R <sup>2</sup> Regresi Linear Kedua.....	55

Tabel 4.29 Output Uji F Regresi Linear Ketiga .....	56
Tabel 4.30 Output Uji T Regresi Linear Ketiga .....	57
Tabel 4.31 Output Uji $R^2$ Regresi Linear Ketiga .....	58
Tabel 5.1 Hasil Pengujian Hipotesis .....	59